



ESPAZO. New service and new brand in the Portuguese market. The challenges, the successes and the lessons.

Catalina Marin Grimaldo – 152113378  
Advisor: Professor Pedro Celeste

Dissertation submitted in partial fulfillment of requirements for the degree of MSc in Business Administration, at the Universidade Católica Portuguesa, June 2014.

## **Abstract**

**Title:** ESPAZO. New service and new brand in the Portuguese market. The challenges, the successes and the lessons.

**Author:** Catalina Marin Grimaldo

ESPAZO was one of the first companies that brought the self-storage service to Portugal. Since 2008 ESPAZO had faced different challenges since is part of an industry that provides a service that Portuguese people before never used. By 2015 ESPAZO was opened its five facility but still working in the level of the awareness the service has in the local market. ESPAZO had adapted and tried different mixes in its communication strategy and still strongly working in the education of potential and current customers, discovering new possible users and improving the service offer.

To give a broader overview of the current situation of self-storage industry and the company ESPAZO in Portugal, this dissertation aims to provide the reader a profound understanding about the company background and how it has evolved in the Portuguese market. Regarding this, it is made a characterization of the self-storage industry and some of the major current challenges that can impact it in a significant way. In addition, the Portuguese market was explored in terms of the current level of the awareness of the services, the possible needs people could satisfy with this new service and the ideal characteristics the service should have. This as a way to understand the possible strategic opportunities the local providers of the service can have. Finally, it was made an evaluation of the awareness and satisfaction level that past or current users of the self-storage service had, with the aim of further find points of improvement.

Overall, the main purpose of this dissertation is to better understand the awareness level that the self-storage service and the ESPAZO brand has as provider in the domestic market. Additionally to realize the challenges it has to overcome in order to reinforce the brand and service knowledge in the national level by using the proper channel to deliver the message.

**Key words:** Brand Awareness, New Categories, First-mover advantage, Social Networks, Entrepreneurship, Self-Storage, and Customer Education.

## **Abstract**

**Title:** ESPAZO, New services in the Portuguese market. The challenges, the successes and the lessons.

**Author:** Catalina Marin Grimaldo

ESPAZO foi uma das primeiras empresas que trouxe para Portugal o serviço de self-storage. Desde 2008, ESPAZO, enfrentou diversos obstáculos por ser parte de uma indústria que fornece um serviço que a maioria dos portugueses desconhece. Em 2015 será inaugurada a quinta loja de ESPAZO, mas a companhia ainda está a trabalhar o nível de consciência que o serviço tem no mercado local. ESPAZO tem adaptado e tentado diferentes alternativas na sua estratégia de comunicação, assim como, ainda trabalha fortemente na instrução dos clientes atuais e potenciais, descobrindo novos possíveis utilizadores e melhorando a sua oferta de serviços.

Para dar uma visão mais abrangente da situação atual de ESPAZO Portugal, esta dissertação tem como objetivo proporcionar ao leitor uma compreensão profunda sobre o plano de fundo da empresa e como ela evoluiu no mercado Português. A esse respeito, é feita uma caracterização da indústria de self-storage e alguns dos principais desafios atuais que podem impactar o serviço de uma forma significativa. Além disso, o mercado Português foi explorado em termos do nível atual do conhecimento dos serviços, a possível satisfação que o serviço pode dar às pessoas e as características ideais que o deve ter. Este, como forma de entender as possíveis oportunidades estratégicas que os fornecedores locais de serviço podem ter. Por fim, fez-se uma avaliação do nível de consciência e satisfação que os utilizadores atuais ou passados do serviço de self-storage tiveram, com o objectivo de encontrar mais pontos de melhoria.

O objetivo principal desta dissertação é entender melhor o nível de consciência de que o serviço de self-storage e da marca ESPAZO tem como fornecedor. Além disso, perceber os desafios que este tem de superar, a fim de reforçar a marca e o seu conhecimento a nível nacional, utilizando o meio adequado para fazer circular a sua mensagem.

**Key words:** Brand Awareness, New Categories, First-mover advantage, Social Networks, Entrepreneurship, Self-Storage, and Customer Education.